

## **Семантическая насыщенность и фоновая информативность названий головных уборов в составе английских и белорусских фразеологизмов**

*Максимик О. В., Новик О. Г., студ. V к. ГрГУ им. Я. Купалы,  
науч. рук. Лескевич С. Г., канд. филол. наук, доц.*

Одежда – особая часть материальной культуры, которая не только дает представление о человеке и его социальном статусе, но и выражает эстетические идеалы общества в целом в ту или иную эпоху. В широком понимании одежда включает такие составляющие, как обувь, головные уборы, аксессуары. Потребность в одежде явл Семантическая насыщенность и фоновая информативность названий головных уборов в составе английских и белорусских фразеологизмов яется естественной для человека.

На первых этапах одежда выполняет утилитарную функцию, являясь средством защиты от условий окружающей среды, но очень быстро эта часть материальной культуры становится полифункциональной, что приводит в конечном итоге к символизации предметов одежды [1]. Это значит, что базовые элементы одежды в народном представлении и в определенных ритуалах воспринимаются не просто как обыкновенное покрытие, облачение человеческого тела для защиты от внешних воздействий или для украшения, а также как некий символ, организующий человека, создающий ему определенное состояние, информирующий о его общественно-социальной функции. Одежда стала, с одной стороны, знаком человеческой скромности и сдержанности, а с другой – она дает повод для тщеславия и самоутверждения, так как овеществляет социальный статус. Народная мудрость гласит, что по одежде встречают, а по уму провожают, а современные эксперты моды настаивают на весомости внешнего компонента в сегодняшних реалиях.

Одежда – знаковая категория: она тесно связана с носящим ее человеком, что породило множество суеверий в различных культурах. Случайно надеть одежду наизнанку считается к удаче, но при этом надо так ее и оставить, чтобы удача не изменила. Правда, в ряде стран это наоборот считается плохой приметой, так как могут побить. У многих народов плохой приметой считается зашивать одежду на себе: одни считают это знаком смерти, другие – врагов и нужды, третьи – потерей памяти.

Входя в состав устойчивых сочетаний слов, названия одежды не только влияют на семантику всего фразеологизма, но и сами «обрастают» дополнительными смыслами, коннотациями. Например, белорусская фразеология показывает, что в традиционной культуре шапка считается принадлежностью мужского костюма, символом мужского начала, а платок (хустка) традиционно связывается с женщиной. С другой стороны, четко проводится граница между шапкой как принадлежностью комплекта одежды простого народа и шляпой – одеждой привилегированных слоев общества, иностранцев. Как в белорусских, так и в английских фразеологизмах шапка/шляпа ассоциируется с положением человека в обществе, его значимостью, адекватностью занимаемой должности (напр., англ. *wear more than one hat* – иметь более одной обязанности; белор. *на Саўку (Хомку, Юрку) шапка* – достоин не больше того, что имеет; как раз только того и заслуживает).

Фразеология любого национального языка концентрирует те представления и то значение, которое придавали наши предки тому или иному виду одежды. Этимология любого фразеологизма представляет интерес не только для филологов, но и историков, культурологов и других специалистов, поскольку содержит богатейшую фоновую информацию об исторических реалиях эпохи возникновения фразеологизма, конкретных событиях, закрепившихся в тех или иных устойчивых сочетаниях слов. Например, в английском языке есть фразеологизм *feather in one's cap*, имеющий значение «то, чем можно гордиться, заслуга», напоминающий о традиции вставлять перо в шляпу за каждого убитого на охоте зверя либо за убийство врага в индейской культуре. Белорусские фразеологизмы *шапка Манамаха*, *закідаць шапкамі* и другие также имеют свою интересную историю.

Общность некоторых моментов восприятия окружающей действительности и манеры поведения человека, одинаковые условия жизни или взаимобмен культурно-этикетными традициями зачастую становятся теми факторами, которые способствуют фразеологической эквивалентности. Например, *take one's hat off to (someone)* употребляется в значении «восхищаться кем-либо, уважать, восхвалять кого-либо». Структурно-семантическим эквивалентом в белорусском языке может служить калька с русского языка – *здымаць шляпу*. Очевидно, что перевод фразеологизмов такого плана не представляет никакой проблемы для переводчика. Намного больше усилий придется приложить, чтобы передать на иной язык безэквивалентные фразеологические единицы с учетом семантической насыщенности и фоновой информативности входящих в них компонентов-названий головных уборов.

### Литература

1. Ляскевіч, С. Г. Найменні адзення ў гаворках Гродзеншчыны: манаграфія / С. Г. Ляскевіч. – Гродна: ГрДУ імя Янкі Купалы, 2007. – 127 с.

2. Кунин, А. В. Англо-русский фразеологический словарь / А. В. Кунин. – М.: Рус. яз., 1984. – 944 с.
3. Лепешаў, І. Я. Слоўнік фразеалагізмаў: у 2 т. / І. Я. Лепешаў. – Мінск: Бела-рус. Энцыклапедыя імя П. Броўкі, 2008. – Т. 1. – 672 с. – Т. 2. – 704 с.

## **Межъязыковая омонимия в русском и английском языках: сравнительно-сопоставительный аспект**

*Мурзенко Е. П., студ. IV к. БГУ,  
науч. рук. Артемова О. А., канд. филол. наук, доц.*

При переводе общественно-политических текстов не только начинающие, но и профессиональные переводчики могут столкнуться с трудностями. Связано это с существованием такого явления, как «ложные друзья» переводчика. Термин «ложные друзья» был введен М. Кесслером и Ж. Дерокиньи в 1928 г. в книге «*Les faux amis ou Les pièges du vocabulaire anglais*» [1]. «Ложные друзья» переводчика, или межъязыковые омонимы – это пара слов в двух языках, одинаковые по написанию и/или произношению, часто с общим происхождением, но различающиеся по значению [2]: например, *genial* – не добрый, а гениальный; *list* – список, а не лист [3]. Межъязыковые омонимы могут привести к неправильному пониманию и, как следствие, некорректному переводу текста.

В английском и русском языках слова этого типа в подавляющем большинстве случаев представляют собой прямые или опосредствованные заимствования из общего третьего источника. Значительно меньше представлены результаты собственно англо-русских языковых контактов: слова английского происхождения в русском языке и русского происхождения в английском [4]. Противоположным явлением для межъязыковых омонимов являются *лексические когнаты*, т. е. слова, которые в двух языках имеют одинаковое значение и сходное звучание [5]: например, англ. *city* и фр. *cité* – город. Они значительно упрощают задачу переводчику и легко воспринимаются, но имеют различные значения в языке-источнике и языке-цели.

Рассматривая данный вопрос, необходимо определить причины возникновения «ложных друзей переводчика». Их всего четыре: *совпадение, независимое развитие языков, изменение значения слова при заимствовании, параллельное заимствование*.

Одной из разновидностей «ложных друзей переводчика» являются *псевдоинтернационализмы* – межъязыковые омонимы, ассоциирующиеся по